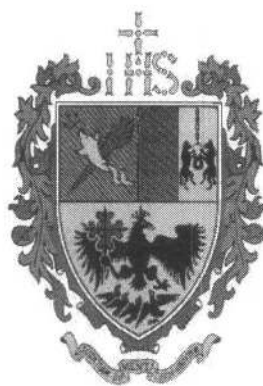


2236



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Licenciatura en Comercio Internacional

Trabajo final de grado

**“Búsqueda de nuevos mercados para el aceite de oliva
extra virgen tipo *Premium*. Caso testigo cooperativa
Slow Food. Mercado meta: Finlandia.”**

Tomás Gibson

DNI: 31.763.193

TEL: 15-5564-2403

Mail: tomasgib@hotmail.com

Fecha: 8-07-2012

CONTENIDO

Síntesis.....	5
Objetivos	6
Generales.....	6
Específicos.....	6
Hipótesis de trabajo / Problema a investigar.....	6
Hipótesis general.....	6
Hipótesis operacional	7
Metodología	7
Alcances.....	7
El aceite de oliva: Producción.....	9
El olivo.....	9
El aceite de oliva	9
Elaboración y clasificación.....	10
Características particulares del aceite de Oliva extra virgen.....	11
Degradación.....	12
El aceite de oliva y la salud	13
Varietales de Aceite de Oliva.....	14
Resumen del producto	15
Análisis global del Aceite de Oliva	16
Producción mundial.....	16
Consumo.....	17
Evolución de los valores.....	18
El aceite de oliva en la Argentina.....	21
Aproximación histórica	21
El aceite de Oliva en la actualidad.....	22
La producción provincia por provincia	23

Tecnología y proyecciones productivas	23
Leyes de promoción del sector	24
Mercado externo	25
La empresa	29
Introducción.....	29
Producción	30
El aceite	30
Ingresos, costos y estrategia de posicionamiento.....	32
Costos de la cooperativa	32
Situación actual, problemáticas y posibles soluciones.....	34
Plan exportador	35
Análisis del mercado de Finlandia	37
Aproximación al mercado objetivo	37
El mercado Finlandés en la actualidad, indicadores económicos	38
Producto y su distribución.....	38
Comercio Exterior.....	39
Inflación e ingresos.....	40
Desempleo	41
Confianza	41
El mercado Finlandés del aceite de Oliva.....	42
Justificación de la elección del mercado.....	44
Legislación, barreras y mecanismos para la exportación	46
Legislación de egreso.....	46
Inscripción en el registro.....	46
Clasificación arancelaria, derechos y reintegros	46
Documentación de exportación	47
Liquidación de divisas.....	48
Legislación de ingreso.....	48

Aranceles e impuestos nacionales.....	48
Certificado de importación	49
Documentación requerida en aduana	49
Reglamentación de la Unión Europea respecto a etiquetado de productos	50
Indicaciones particulares para el aceite de Oliva	51
Certificación adicional.....	51
Análisis de la competencia en destino	53
Análisis del precio final del producto.....	53
Análisis de los distribuidores	58
Análisis de costos, definición de estrategia de posicionamiento	60
Anexo Costos Exportación	61
Conclusiones	65
Bibliografía utilizada por capítulo	69
El aceite de Oliva: Producción	69
Análisis global aceite de oliva	69
El aceite de oliva en la Argentina.....	71
La empresa	71
Análisis del mercado de Finlandia	72
Legislación de egreso.....	72
Legislación de ingreso.....	72
Análisis de la competencia	73
Bibliografía general de consulta.....	75
Información estadística.....	75
Estudios de mercado.....	75
Conceptos teóricos.....	76

Este trabajo va a desarrollar la exportación de un aceite de oliva extra virgen de calidad *Premium* con destino a Finlandia desde la provincia de San Juan, Argentina. Para cumplir con este objetivo se inicia con un enfoque abarcativo partiendo de aspectos generales del producto, con un amplia introducción a las características del mismo. Se pasa a un análisis de la situación global del aceite de oliva para ubicar a la Argentina como un país exportador con escasa influencia en el mercado. Luego, se describe el mercado y problemáticas propias de la Argentina, con un análisis FODA que puntualiza precisamente los ejes por los que transita el sector.

Con el marco definido, se da paso a la operatoria: se toma como caso testigo a la cooperativa *Slow Food*, premiada por la calidad de su producto, se describen sus variables productivas y la situación que atraviesa: una dificultad para colocar su producción en el mercado donde actualmente lo hace. La cooperativa encarga el análisis de una solución a su problemática. Se realiza una aproximación al mercado Finandés tomando describiendo variables macroeconómicas y sociales fundamentales, sigue el estudio del aceite de oliva en el sector y su evolución reciente. Luego se pasa al análisis de las barreras arancelarias y para arancelarias que existen tanto para la exportación local como para la importación en destino. Se describe el sector de competencia tomando precios de referencia del segmento de consumo masivo (supermercados) y el segmento Premium (tiendas gourmet) así mismo se da cuenta de los distribuidores y agentes intervinientes en la cadena del proceso exportador.

Por último se pasa al análisis de costos para evaluar la conveniencia del proyecto exportador. Se utilizan los costos analizados en capítulos previos y se incorporan los propios de la operativa. Se discuten los resultados y se elabora un plan de acción.

En las conclusiones continúa la discusión de los resultados y se plantean alternativas, líneas nuevas para continuar el estudio y se analizan distintos escenarios y que consecuencias podrían tener los mismos en el proceso de decisión

OBJETIVOS

GENERALES

Desarrollar y planificar la exportación de un aceite de oliva extra virgen de calidad Premium a Finlandia desde la provincia Argentina de San Juan.

ESPECÍFICOS

Analizar el mercado de Finlandia del aceite de oliva extra virgen identificado origen de los países importadores.

Analizar los canales de distribución, precios, políticas de venta, promoción de los productos y segmento de los consumidores que demandan para el mercado objetivo.

Estos objetivos se desarrollarán utilizando a modo de caso testigo a la cooperativa de San Juan *Slow Food*.

HIPÓTESIS DE TRABAJO / PROBLEMA A INVESTIGAR

En este trabajo debemos identificar como fundamentales las siguientes situaciones problemáticas a ser resueltas:

- Trabas, barreras e impedimentos a la exportación de nuestro producto al mercado de destino.
- Evolución de las importaciones y tipo de productos demandado por los consumidores, cuáles son sus características.
- Identificar canales de distribución e investigar sobre aquellos que resulten más convenientes y cuáles son sus beneficios y limitaciones.

A partir de lo anterior es posible plantear las hipótesis de trabajo:

HIPÓTESIS GENERAL

El mercado del aceite de Oliva extra virgen calidad *premium* con destino a Finlandia es factible cumpliendo las exigencias de calidad internacional y superando las barreras arancelarias y para-arancelarias de la Comunidad Económica Europea.

HIPÓTESIS OPERACIONAL

El mecanismo exportador óptimo para el aceite de oliva extra virgen calidad *premium* en el mercado objetivo se basa en el aprovechamiento de los canales de distribución de las cadenas importadoras de productos gourmet que realizan compras diversificadas y de bajo volumen de demanda.

METODOLOGÍA

De acuerdo a las características de los procesos de investigación en este trabajo se abarca todo tipo de metodologías de análisis es decir se utilizan metodologías: **cuantitativas, cualitativas y cualicuantitativas.**

De acuerdo a la finalidad: este trabajo tiene por objetivo realizar un estudio que tenga aplicación en la transformación de una realidad concreta por tanto es una **investigación aplicada** que trabaja sobre un marco **de campo** real y concreto.

En cuanto a la recolección de datos para el trabajo se utilizan fundamentalmente **métodos estadísticos** ya que son los de más fácil acceso y su recopilación es sencilla y adecuada para los fines de la investigación. **Otros métodos empíricos** son utilizados en lo que respecta al análisis del producto.

ALCANCES

Así mismo el trabajo está limitado por los siguientes ejes:

- Sólo se estudia el mercado del Aceite de oliva extra virgen y no se consideran los demás aceites de oliva. Para el análisis general, sin embargo, se mencionarán datos sobre importaciones de los otros tipos de aceite. En este sentido como limitante opera el hecho de que las posiciones arancelarias no distingan entre aceite extra virgen y el tipo virgen.
- No se estudian los competidores puntualmente ya que son demasiados; se estudiarán los competidores por país de procedencia o en relación al precio. En la sección de Análisis de la Competencia se hace mención a otros productos de competidores, distinguiéndolos por marca y características del producto. Estos datos son tomados exclusivamente a los fines de tener un precio de referencia en el mercado objetivo.
- Se reconoce que algunos datos estadísticos puntuales no podrán hallarse, en ese caso se usarán los datos estadísticos generales.

- El análisis de costos tiene por objeto analizar la viabilidad del proyecto exportador independientemente de las condiciones que pudieran surgir en la negociación entre las partes. Esto implica que independientemente del INCOTERM utilizado en la negociación de las partes, el costo financiero asumido por una u otra parte, estos costos existen y tienen impacto en el precio final del producto.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR